

KEBIJAKAN HUKUM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK UKM UNGGULAN INDONESIA DALAM RANGKA *ASEAN ECONOMIC COMMUNITY*

Rosdiana Saleh

ABSTRAK

ASEAN Economic Community bertujuan untuk mencapai Competitive Economic Region di kawasan ASEAN dengan mengacu pada ASEAN Economic Community Blueprint yang memuat empat pilar utama. Pilar Kedua menginginkan ASEAN sebagai kawasan ekonomi yang memiliki daya saing tinggi dan Pilar Ketiga menginginkan ASEAN sebagai kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang merata melalui antara lain pengembangan Small and Medium Enterprises atau Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Permasalahannya adalah apakah kebijakan hukum yang dibuat pemerintah Indonesia sebagai anggota ASEAN mampu untuk meningkatkan daya saing produk UKM unggulan ? Tulisan ini menggunakan data sekunder berupa bahan hukum dengan pendekatan ekonomi. Kebijakan hukum yang dibuat Indonesia belum optimal untuk melindungi dan meningkatkan daya saing produk UKM unggulan Indonesia dalam rangka ASEAN Economic Community.

Kata Kunci : *ASEAN Economic Community*, kebijakan hukum UKM

A. PENDAHULUAN

Perkembangan *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) pasca tahun 2002 yang bersinergi dengan 3 (tiga) negara sukses di Asia Timur, seperti

China, Jepang dan Korea Selatan telah memberikan inisiatif baru dalam mengembangkan kegiatan ekonomi, khususnya terkait dengan kegiatan perdagangan. Inisiatif baru ini tidak terlepas

¹ Dr. Rosdiana Saleh, SH., MH adalah dosen Fakultas Hukum Universitas Trisakti yang mengasuh beberapa mata kuliah, antara lain Hukum Dagang Internasional. Menyelesaikan S-1 pada fakultas Hukum Universitas Trisakti. Lulus dari Pascasarjana Magister Ilmu Hukum Universitas Tarumanagara dan Doktor Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Trisakti. Alamat email : rosdiana_saleh@yahoo.com

dari kebijakan perdagangan internasional yang telah mengalami perubahan mendasar sejak dibentuknya *World Trade Organization* (WTO) tanggal 1 Januari 1995 dengan memberlakukan prinsip-prinsip perdagangan bebas,² sebagaimana tercantum dalam *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT),³ Prinsip-prinsip perdagangan bebas yang dituangkan dalam pengaturan hukum GATT⁴ bertujuan untuk menghilangkan berbagai hambatan perdagangan (*non trade barriers*) dalam pelaksanaan perdagangan antar negara dengan membawa filosofi perdagangan bebas⁵ untuk menurunkan dan menghapus tarif perdagangan antar negara menjadi 0 (nol) persen. Hal ini berarti bahwa negara dilarang untuk memberikan proteksi dalam rangka melindungi usaha domestik terhadap masuknya barang impor dalam jangka waktu tertentu.

Tidak dipungkiri bahwa bidang perdagangan merupakan salah satu bidang

penting bagi mayoritas negara di dunia untuk mencapai kesejahteraan ekonomi sehingga menjadi bagian dari perjuangan kepentingan ekonomi nasional masing-masing negara.⁶ Setiap negara berupaya meningkatkan volume perdagangan antar negaranya. Hal ini terlihat dari terus meningkatnya volume perdagangan antar negara dari tahun ke tahun. Pada tahun 1950, volume ekspor dunia bernilai USD 400 miliar dan pada tahun 2001 volume ekspor menjadi USD 7.430 miliar. Sampai dengan tahun 2001, volume perdagangan dunia mengalami kenaikan lebih dari 18 (delapan belas) kali lipat dengan kontribusi tingkat pertumbuhan nilai ekspor terhadap produk kotor dunia mulai dari 6% (enam persen) setiap tahun pada periode antara 1950-1955 menjadi 14-16% setiap tahunnya pada periode antara tahun 1990-1994, dan 16-18% setiap tahunnya pada periode antara tahun 1995-2001.⁷ Angka-angka ini telah menggambarkan bahwa

² ASEAN sendiri telah mempromosi perdagangan bebas melalui pembentukan *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) pada Konferensi Tingkat Tinggi ASEAN di Singapura bulan Januari tahun 1992 dengan melahirkan *Common Effective Preferential Tariff* (CEPT), yaitu program tahapan penurunan tarif dan penghapusan hambatan non tarif yang disepakati bersama oleh negara-negara anggota ASEAN. Periksa Rosdiana Saleh, "Analisis Terhadap Pemberlakuan Kesepakatan Perdagangan Bebas ASEAN-China (*ASEAN-China Free Trade Agreement*) dan dampaknya Terhadap Perdagangan Komoditi Usaha Kecil dan Menengah Indonesia", *Laporan Penelitian*, Fakultas Hukum Universitas Trisakti, Jakarta, 2012.

³ Pasal XXIV GATT/WTO memperkenalkan negara anggota WTO membentuk wilayah perdagangan bebas regional (*Regional Free Trade Area*) dan *Customs Union* berdasarkan aturan-aturan khusus yang tidak merugikan negara-negara di luar wilayah tersebut.

⁴ Secara skematis, prinsip-prinsip ini secara keseluruhan dalam kerangka GATT merupakan suatu sistem yang terus menerus disempurnakan melalui berbagai putaran perundingan. Periksa Olivier Long, *Law and its Limitations in the GATT Multilateral Trade System* (Dordrecht : Martinus Nijhoff Publishers, 1987), hal. 8-11.

⁵ Perdagangan bebas yang dikembangkan berdasarkan dalil *laissez-faire* pada hakikatnya menginginkan anggota masyarakat diberi kebebasan yang sepenuhnya untuk menentukan kegiatan ekonomi yang ingin mereka lakukan dengan meminimalisasi, bahkan meniadakan campur tangan negara di dalamnya. Dalil *laissez-faire* ini dijadikan landasan konseptual bagi kapitalis dunia (*Multi National Corporation*) untuk menguasai ekonomi dunia.

⁶ Menurut Richard Rosecrance, kegiatan perdagangan mampu menggantikan ekspansi wilayah dan perang militer sebagai kunci pokok menuju kesejahteraan dan pencapaian kekuasaan internasional. Lebih lanjut dinyatakan oleh Richard Rosecrance bahwa manfaat perdagangan dan kerjasama internasional dewasa ini jauh melampaui manfaat persaingan militer dan perluasan wilayah. Periksa Hata, *Aspek-Aspek Hukum dan Non Hukum Perdagangan Internasional dalam Sistem GATT & WTO*, (Bandung : Sekolah Tinggi Hukum Bandung Press, 1998), hal.1.

⁷ Periksa Rusli Pandika, *Sanksi Dagang Unilateral di Bawah Sistem Hukum WTO*, (Bandung : Alumnus, 2010), hal. 20-21.

perdagangan antar negara atau perdagangan internasional memberi peluang dan manfaat lebih baik bagi masyarakat untuk mencapai kesejahteraan ekonominya.⁸

Praktik perdagangan antar negara yang membawa filosofi perdagangan bebas berusaha menghilangkan batas wilayah negara (*borderless world*)⁹ sehingga dunia menjadi *global village*.¹⁰ Hal ini memberi tantangan untuk negara-negara di dunia dalam menghadapinya sekaligus menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan masing-masing negara untuk memasarkan produk atau komoditas unggulannya. Kondisi ini memberi inisiatif regional bagi negara-negara anggota ASEAN dalam membentuk *ASEAN Economic Community* dan memberlakukannya tahun 2015 sejalan dengan Visi ASEAN menuju tahun 2020.

Untuk membantu tercapainya integrasi ekonomi ASEAN melalui *ASEAN Economic Community*, maka dibuatlah *ASEAN Economic Community Blueprint* yang memuat empat pilar utama yaitu *pertama*, ASEAN sebagai pasar tunggal

dan kesatuan basis produksi. *Kedua*, ASEAN sebagai kawasan ekonomi yang memiliki daya saing tinggi. *Ketiga*, ASEAN sebagai kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang merata melalui antara lain pengembangan *Small and Medium Enterprises* atau Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Keempat*, ASEAN sebagai kawasan yang terintegrasi secara penuh dengan perekonomian global.

Berlakunya *ASEAN Economic Community* tahun 2015 menandai bahwa negara-negara anggota ASEAN menyepakati perwujudan integrasi ekonomi kawasan ASEAN yang penerapannya mengacu pada *ASEAN Economic Community Blueprint*. Berkaitan dengan pengembangan UKM untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang merata di kawasan ASEAN sesuai dengan pilar ketiga dapat berpedoman pada *ASEAN Policy Blueprint for SMEs Development 2004-2014*. Permasalahannya adalah bagaimana mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang merata di kawasan ASEAN mengingat kemampuan daya saing negara-

⁸ David Ricardo dalam "*Principles of Political Economy and Taxation*" menyatakan bahwa perdagangan internasional harus memberikan manfaat bersama (*mutually beneficial*). Menurutnya, suatu negara akan tetap memperoleh keuntungan apabila memusatkan kegiatan pada bidang dimana biaya (*cost*) dalam kegiatan tersebut "relatif lebih rendah" daripada kegiatan alternatif lainnya di negara itu, meskipun negara mitranya mempunyai keunggulan absolut di semua bidang. Pandangan Ricardo ini melahirkan hukum keunggulan komparatif yang menjadi dasar bagi perdagangan liberal. Periksa F.X. Joko Priyono, *Hukum Perdagangan Jasa (GATS/WTO), Filosofi, Teori dan Implikasi bagi Profesi Hukum di Indonesia*, (Semarang : Universitas Diponegoro Press, 2010), hal. 26-27.

⁹ Kenichi Ohmae, *Borderless World* (Harper Business : Makinsey Company Inc, 1990), hal. XII. Istilah *borderless world* ini untuk menggambarkan bahwa dunia ini semakin tidak memiliki batas dan saling mengkait. Hal senada dinyatakan oleh George C. Lodge bahwa globalisasi telah mengaitkan masyarakat dunia satu dengan yang lainnya dalam berbagai aspek kehidupan, baik ekonomi, budaya, politik, teknologi maupun lingkungan. Periksa George C. Lodge, *Managing Globalization in The Age of Interdependence* (San Diego : Pfeiffer & Company, 1995), hal. 1.

¹⁰ Meminjam Istilah John Naisbit dalam *Mega Trend 2000* (Great Britain : Sidwig & Jackson Ltd, 1990), hal. 12.

negara anggota ASEAN sangat berbeda?¹¹ Berkaitan dengan hal inilah dibutuhkan adanya kebijakan pemerintah yang dituangkan dalam produk hukum (kebijakan hukum) untuk melindungi dan memberdayakan UKM melalui peningkatan daya saing produknya, khususnya produk-produk unggulan, karena UKM telah teruji ketangguhannya dalam menghadapi badai krisis ekonomi di Indonesia tahun 1997/1998.

B. PEMBAHASAN

1. Liberalisasi Ekonomi ASEAN Melalui ASEAN Economic Community

Eksistensi ekonomi ASEAN di tengah perkembangan ekonomi global telah memasuki fase baru. Berbagai dokumen resmi yang dikeluarkan Sekretariat ASEAN menunjukkan bahwa inisiatif-inisiatif yang

sudah ada dalam rangka liberalisasi ekonomi sejak masa AFTA berfungsi tidak hanya sebagai latihan untuk menurunkan tarif secara progresif tetapi membangun pasar yang lebih luas bagi masyarakat ASEAN yang jumlah populasinya lebih dari 600 juta jiwa sehingga akan tercapai visi ASEAN di bidang ekonomi menuju tahun 2020 untuk menjadi pasar tunggal dan basis produksi. Hal ini diharapkan menjadikan ASEAN lebih kuat, dinamis dan unggul secara ekonomi dalam pasar global.¹² Arus produk (barang), jasa, investasi, tenaga kerja terampil dan modal yang bergerak lebih bebas sangat penting untuk mempromosikan ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi melalui pembentukan ASEAN Economic Community atau Masyarakat Ekonomi ASEAN.

Pembentukan ASEAN Economic Community¹³ didasari pada adanya

¹¹ Berdasarkan data *Global Competitiveness Index* dari *World Economic Forum* periode 2009-2010, ranking daya saing Indonesia secara global peringkat 54, meskipun pada periode 2014-2015 daya saing global Indonesia telah berada peringkat 34 atau menguat 20 *point*. Bandingkan dengan negara anggota ASEAN lainnya, seperti Singapura peringkat 3, Malaysia peringkat 24, Brunei D peringkat 32, Thailand peringkat 36, Vietnam peringkat 75, Filipina peringkat 87 dan Kamboja peringkat 110. Berdasarkan data *Global Competitiveness Index* periode 2009-2010, di kalangan ASEAN Indonesia hanya unggul terhadap Vietnam, Filipina dan Kamboja. Menurut *Global Competitiveness Index* 2012-2013, daya saing Indonesia berada peringkat 50, Singapura peringkat 2, Malaysia peringkat 25, dan Thailand peringkat 38. Selanjutnya, menurut data *Global Competitiveness Index* 2013-2014 posisi daya saing Indonesia berada peringkat 38 atau naik 12 angka. Singapura tetap peringkat 2, Malaysia peringkat 24, dan Thailand peringkat 37. Untuk negara anggota ASEAN lainnya berada di bawah peringkat Indonesia. Dilihat dari perubahan angka daya saing Indonesia, terjadi kenaikan angka yang cukup signifikan dibandingkan Singapura, Malaysia, China dan Thailand. Artinya, Indonesia memiliki harapan untuk memacu daya saing globalnya dan masih unggul dibandingkan dengan 6 negara anggota ASEAN lainnya. Namun demikian, perbedaan kemampuan daya saing ini perlu diimbangi agar pertumbuhan ekonomi yang merata di kalangan masyarakat ASEAN tidak hanya berhenti di tataran visi belaka.

¹² Periksa *Outline Perspective Plan for the ASEAN Economic Community*, Prepared for the ASEAN Programme for Regional Integration Support (APRIS) Project. Commissioned by The ASEAN Secretariat, 31 May 2004.

¹³ Para pemimpin ASEAN telah menyepakati pembentukan ASEAN Economic Community yang ditargetkan tercapai pada tahun 2020 pada Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN ke-9 di Bali bulan Oktober tahun 2003. Pada pertemuan ke-38 bulan Agustus tahun 2006, di Kuala Lumpur, Malaysia, para menteri ekonomi ASEAN bersepakat untuk menyusun *blueprint* yang terpadu guna mempercepat pembentukan ASEAN Economic Community. Melalui KTT ASEAN ke-12 di Cebu pada bulan Januari 2007, para pemimpin ASEAN menegaskan komitmen untuk mempercepat pembentukan ASEAN Economic Community pada tahun 2015 sejalan dengan Visi ASEAN 2020 dan *Bali Concord II* dengan menandatangani *Cebu Declaration on Acceleration of the Establishment of ASEAN Community by 2015*.

kepentingan bersama negara anggota ASEAN untuk memperdalam dan memperluas integrasi ekonomi yang dimotivasi oleh kebutuhan menjadikan wilayah ASEAN sebagai kawasan ekonomi yang menarik bagi investor asing maupun dalam negeri. Dalam rangka *ASEAN Economic Community*, ASEAN melaksanakan kebijakan liberalisasi sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi yang terbuka, berwawasan ke luar, inklusif, dan berorientasi pada pasar. Hal ini senada dengan aturan-aturan multilateral (GATT/WTO) dan aturan hukum yang telah disepakati bersama anggota ASEAN agar pemenuhan dan implementasi komitmen-komitmen liberalisasi ekonomi dapat berjalan dengan efektif.

Mengacu pada ketentuan-ketentuan multilateral dalam GATT/WTO dan *ASEAN Economic Community Blueprint*, maka *ASEAN Economic Community* memiliki karakteristik utama sebagai berikut:

a. Pasar tunggal dan basis produksi.

Sebagai pasar tunggal dan basis produksi, ASEAN didukung oleh elemen utama, yaitu: aliran bebas barang, bebas jasa, bebas investasi, bebas tenaga kerja terampil dan aliran modal yang lebih bebas. Di samping itu, pasar tunggal dan basis produksi juga mencakup dua komponen penting lainnya, yaitu *Priority Integration Sectors* dan kerjasama di bidang

pangan, pertanian dan kehutanan.

b. Kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi.

Untuk mewujudkan kawasan ekonomi yang memiliki daya saing tinggi, maka ASEAN memerlukan kebijakan persaingan usaha, perlindungan konsumen, perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), pembangunan infrastruktur, perpajakan, dan *E-Commerce*.

c. Kawasan dengan pembangunan ekonomi yang setara.

Pembangunan ekonomi yang setara menjadi salah satu pilar dari pengembangan UKM.

d. Kawasan yang terintegrasi dengan ekonomi global

ASEAN bergerak dalam lingkungan global yang dinamis yang saling tergantung. Untuk mendorong para pelaku usaha dapat bersaing secara internasional, maka diperlukan aturan-aturan yang dapat menjadikan ASEAN sebagai pasar yang kuat dalam mata rantai ekonomi global. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan terpadu dalam hubungan ekonomi eksternal dan partisipasi yang meningkat dalam jaringan produksi global.

Berdasarkan *ASEAN Economic Community Blueprint*, ada 12 sektor

prioritas yang dipercepat integrasinya dalam liberalisasi pasar. 7 (tujuh) di antaranya adalah sektor barang, yaitu produk berbasis agro, peralatan elektronik, otomotif, perikanan, produk berbasis karet, produk dari kayu serta tekstil dan produk tekstil. Sisanya adalah 5 sektor jasa, yaitu transportasi udara, pelayanan kesehatan, pariwisata, logistik dan jasa teknologi informasi (jasa *online* atau *e-ASEAN*).

2. Peluang dan Ancaman Pemberlakuan *ASEAN Economic Community* Terhadap UKM Indonesia

Kawasan ASEAN merupakan peluang pasar yang besar untuk banyak negara di dunia karena jumlah penduduknya yang besar mencakup 10 negara dengan populasi lebih dari 600 juta jiwa. Selain itu, tingkat pertumbuhan ekonominya rata-rata antara 5 sampai dengan 6,5% per tahun menjadikan ASEAN sebagai pusat pertumbuhan ekonomi baru yang diharapkan sebagai penyeimbang kekuatan ekonomi dunia. Potensi Ekonomi ASEAN yang besar merupakan peluang pasar besar yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha Indonesia, termasuk pelaku UKM untuk memasarkan produk unggulan mereka. Peluang pasar ini tidak ada gunanya jika UKM Indonesia tidak memiliki kemampuan untuk berkompetisi di pasar bebas, khususnya dalam rangka *ASEAN Economic Community*. Tantangan besar

dalam memanfaatkan pasar ASEAN dalam rangka *ASEAN Economic Community* sangat tergantung pada kemampuan daya saing produk UKM Indonesia. Ketidakmampuan UKM Indonesia untuk meningkatkan daya saing produknya akan merubah tantangan tersebut menjadi ancaman, yakni menurunnya tingkat produksi dan pemasaran dari produk, yang pada akhirnya apabila terlambat diatasi akan berdampak negatif terhadap kelangsungan UKM Indonesia.

Menurut Tulus Tambunan, Ketua Pusat Studi Industri, UKM dan Persaingan Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, hingga saat ini belum ada penelitian atau evaluasi dari pemerintah, dalam hal ini Kementerian Koperasi dan UKM serta Kementerian Perindustrian, untuk mengkaji sejauhmana tingkat daya saing UKM Indonesia di pasar internasional. Sampai saat ini belum ada bukti empiris mengenai daya saing UKM di ASEAN, terkecuali satu penelitian untuk wilayah *Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC) yang dilakukan oleh Pusat Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah APEC terhadap 13 ekonomi anggota APEC pada tahun 2006 yang hasilnya menunjukkan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia berdaya saing rendah di bawah angka 4; Malaysia 6,2 dan Singapura 6,3. Selain itu menurut hasil penelitian tersebut, Indonesia juga tercatat sebagai negara dengan pendanaan paling rendah untuk

pengembangan teknologi, yakni di bawah 3,5 dalam indeks skala 10. Daya saing diukur melalui indeks skor antara 1 (daya saing terendah) dan 10 (paling kompetitif).¹⁴

Daya saing merupakan suatu konsep yang umum digunakan dalam bidang ekonomi yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional. Menurut Marcovics, tidak ada satu indikator pun yang dapat digunakan untuk mengukur daya saing yang memang sangat sulit untuk diukur. Namun demikian, dengan memakai konsep daya saing, Man dkk membuat sebuah model konseptual untuk menghubungkan karakteristik-karakteristik dari manager atau pemilik perusahaan dan kinerja perusahaan jangka panjang. Menurut studi ini, daya saing memiliki 3 (tiga) karakteristik, yakni potensi, proses dan kinerja. Daya saing suatu usaha tercermin dari daya saing produk yang dihasilkannya. Daya saing suatu usaha ditentukan oleh banyak faktor, di antaranya keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian dan wawasan pemilik usaha, ketersediaan modal untuk modal kerja,

pengembangan investasi dan inovasi, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan teknologi dan informasi dan ketersediaan input-input lainnya, seperti energi, bahan baku, dan lain-lainnya.¹⁵

Ada beberapa kekuatan dalam daya saing, antara lain :¹⁶

- a. Ancaman pesaing baru;
Kemampuan pesaing baru dalam berbagai hal, seperti antara lain teknologi dan pembiayaan dapat mengubah persaingan dan ukuran daya saing dalam memasarkan suatu produk.
- b. Ancaman barang pengganti;
Hadirnya produk baru sejenis dengan kemampuan lebih baik dapat mengubah kekuatan daya saing dari produk yang telah dipasarkan sebelumnya.
- c. Kemampuan pembeli;
Pembeli yang memiliki banyak pilihan terhadap produk yang ingin dibelinya akan memiliki kekuatan untuk memilih dan memaksa harga sesuai dengan kehendaknya.

¹⁴ Periksa Tulus tambunan, *UMKM Indonesia- Rangkuman Hasil Sejumlah Penelitian* (Jakarta : Penerbit Universitas Trisakti, 2014), hal. 81-82.

¹⁵ Wawasan yang luas dari pengusaha merupakan kunci utama daya saing. Wawasan pengusaha mencakup wawasan bisnis dan lingkungan eksternalnya. Wawasan bisnis pengusaha antara lain mengenai perkembangan pasar yang dilayani saat ini dan di masa depan serta pasar yang belum dilayani (misalnya pasar ekspor bagi UKM yang hanya melayani pasar lokal/dalam negeri), kondisi persaingan (termasuk calon-calon pesaing yang akan muncul) dan segala macam peraturan pemerintah atau dunia (WTO) atau ekonomi regional Asia Tenggara (ASEAN/AFTA) atau Asia dan Pasifik (APEC) terkait dengan perdagangan, produksi dan investasi bisnisnya. Wawasan eksternal pengusaha antara lain mengenai kebijakan-kebijakan ekonomi umum, seperti kebijakan moneter, kebijakan fiskal dan kebijakan perdagangan luar negeri, kecenderungan dari perubahan selera masyarakat, perubahan sosial budaya yang dapat mempengaruhi dalam jangka panjang permintaan atau persepsi pembeli terhadap produknya, dan lain-lainnya. *Ibid*, hal. 100-102.

¹⁶ Periksa Michael Porter, *The Competitive Advantage of Nation* (New York : The Free Press, 1990), hal. 34-36.

d. Kekuatan penyedia produk;

Kekuatan penyedia produk menjadi penentu harga apabila permintaan sangat tinggi terhadap produk yang diinginkan sedangkan penyedia produk terbatas.

e. Persaingan antar pesaing yang telah ada.

Dalam rangka berlakunya *ASEAN Economic Community* tahun 2015, suka atau tidak suka pelaku UKM harus meningkatkan daya saing produknya untuk meraih peluang pasar dalam negeri maupun ASEAN. Para pelaku UKM tidak boleh lagi hanya mengandalkan sumber daya manusia yang murah dan tidak unggul dalam mengembangkan usahanya. Kreativitas dan inovasi melalui dukungan penelitian sangat dibutuhkan dalam meningkatkan daya saing produknya.

3. Peranan Pemerintah untuk Meningkatkan Daya Saing dan Melindungi Produk UKM Unggulan Indonesia dalam rangka ASEAN Economic Community

Pemberlakuan *ASEAN Economic Community* tahun 2015 menuntut upaya-upaya persiapan maksimal dari negara-negara anggota ASEAN, termasuk Indonesia. Berkaitan dengan hal ini, peranan pemerintah menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan melindungi

produk yang dihasilkan negaranya, termasuk produk UKM.

Untuk meningkatkan daya saing produk UKM Indonesia, pemerintah telah memetakan produk-produk UKM unggulan yang diharapkan mampu bersaing di arena pasar bebas dan mendukung kinerja ekspor sehingga perlu diprioritaskan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2014, ada 5 (lima) produk prioritas ekspor dan 7 (tujuh) produk kriya unggulan yang berorientasi ekspor yang telah dikembangkan. 5 (lima) produk prioritas ekspor meliputi produk agrikultural, herbal dan spa, makanan dan minuman, *handicraft*, dan furnitur. Untuk produk agrikultural meliputi produk ternak, perikanan, palawija, pertanian, dan lain-lain. Produk herbal dan spa meliputi spa, lulur, aroma terapi, lilin, obat-obatan herbal, dan lain-lain. Produk makanan dan minuman meliputi produk makanan dan minuman hasil olahan usaha rumahan. Produk *handicraft* meliputi kerajinan anyaman, kulit, logam, keramik, kertas, mutiara, perhiasan, bahan dari tekstil, daun kering, dan lain-lain. Untuk produk furnitur meliputi semua kerajinan atau produk berbahan dasar kayu atau rotan yang relatif berbentuk besar, seperti meja, kursi, rak buku, tempat tidur, lemari, dan lain-lain. 5 (lima) produk prioritas UKM tersebut telah diekspor ke 30 (tiga puluh) negara, termasuk di dalamnya negara-negara ASEAN.¹⁷

¹⁷ Sumber bapak F. Galih Andrianto, SMB, MBA, Analis Kerjasama dan Staf Asisten Deputi Ekspor dan Impor, Deputi Bidang Pemasaran dan Jaringan Usaha, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Wawancara dengan penulis bulan Desember 2014.

Produk-produk kriya unggulan yang dikembangkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah untuk mendukung kinerja ekspor Indonesia adalah kriya tekstil, kriya kayu, kriya keramik, kriya kertas, kriya logam, kriya seni daun kering dan kriya kulit. Produk kriya merupakan produk kreatif yang mengutamakan inovasi untuk menghasilkan produk yang berkualitas (arts, pewarnaan, variasi, tampilan dan bahan produk) dalam rangka meningkatkan daya saing produk UKM.¹⁸ Produk-produk kriya unggulan ini merupakan bagian dari produk prioritas ekspor UKM.

Untuk melindungi UKM di Indonesia secara khusus telah diberlakukan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sejak tanggal diundangkan, 4 Juli 2008. Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 ini untuk menggantikan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, yang hanya mengatur mengenai Usaha Kecil saja. Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dapat menjadi landasan hukum kuat bagi UKM Indonesia untuk mendapat kesempatan dan dukungan berusaha dalam rangka memberdayakannya¹⁹ sehingga diharapkan mampu meningkatkan peran

dan potensinya dalam rangka *ASEAN Economic Community*.

Menurut I Wayan Dipta, mantan Deputy Bidang Pengkajian Sumber Daya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Kementerian Koperasi dan UKM, peranan pemerintah menjadi sangat penting untuk mengantar UKM agar mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya dalam memanfaatkan *ASEAN Economic Community* tahun 2015. Beberapa upaya yang dapat dilakukan pemerintah :²⁰

- a. Meningkatkan kualitas dan standar produk;

Untuk dapat memanfaatkan peluang dan potensi pasar di kawasan ASEAN dan pasar global, maka produk yang dihasilkan UKM haruslah memenuhi kualitas dan standar sesuai dengan hasil kesepakatan yang telah dicapai dengan negara tujuan.

- b. Meningkatkan akses finansial;

Selama ini, belum banyak UKM yang dapat memanfaatkan skema pembiayaan yang diberikan oleh perbankan. Hasil survey *Regional Development Institute* menyebutkan bahwa ada 3 (tiga) hal yang menjadi faktor penyebabnya, yaitu *pertama*, aspek formalitas karena banyak UKM tidak memiliki legal status. *Kedua*, aspek

¹⁸ Periksa *Mapping Produk Kriya Koperasi dan UKM* (Jakarta : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2013), hal. 46-73.

¹⁹ Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Periksa Pasal 1 Angka 8 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

²⁰ Periksa I. Wayan Dipta, "Memperkuat UKM Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN Tahun 2015", *Jurnal Infokop*, Kementerian Koperasi dan UKM, Volume 21, Oktober 2012, hal. 9-11.

skala usaha karena skema kredit yang disiapkan perbankan tidak sejalan dengan skala usaha UKM. **Ketiga**, aspek informasi karena perbankan tidak mengetahui UKM mana yang harus dibiayai dan UKM juga tidak tahu skema pembiayaan apa yang tersedia di perbankan. Untuk mengatasi ketiga masalah tersebut diperlukan peningkatan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki UKM, peran perbankan dan pendamping UKM.

- c. Meningkatkan kualitas SDM dan jiwa kewirausahaan UKM;

Secara umum kualitas SDM pelaku UKM di Indonesia masih rendah. Terlebih lagi spirit kewirausahaannya. Mengacu pada data UKM tahun 2008, tingkat kewirausahaan di Indonesia hanya 0,25% dan pada tahun 2011 diperkirakan sebesar 0,273%. Kondisi ini sangat jauh ketinggalan dibandingkan dengan Singapura yang memiliki tingkat kewirausahaan lebih dari 7%. Untuk memperkuat kualitas dan kewirausahaan UKM di Indonesia diperlukan adanya pendidikan dan latihan keterampilan, manajemen, pengembangan kewirausahaan dan diklat teknis lainnya yang tepat serta sesuai dengan kebutuhan.

- d. Meningkatkan akses dan transfer teknologi bagi UKM untuk pengembangan UKM inovatif;

Peranan inkubator, lembaga riset, dan kerjasama antara lembaga riset dan perguruan tinggi serta dunia usaha untuk alih

teknologi perlu ditingkatkan. Kerjasama atau kemitraan antara perusahaan besar, baik dari dalam maupun luar negeri dengan UKM harus didorong untuk alih teknologi dari perusahaan besar kepada UKM. Model-model pengembangan klaster juga harus dikembangkan karena melalui model tersebut akan terjadi alih teknologi kepada dan antar UKM.

- e. Memfasilitasi UKM terkait dengan akses informasi dan promosi di luar negeri.

Bagian terpenting dari proses produksi adalah masalah pasar. Sebaik apapun kualitas produk yang dihasilkan, kalau masyarakat atau pasar tidak mengetahuinya, maka produk tersebut akan sulit dipasarkan. Oleh karena itu, pemberian informasi dan promosi produk-produk UKM, khususnya untuk memperkenalkan di pasar ASEAN harus ditingkatkan. Promosi produk, bisa dilakukan melalui dunia maya secara atau mengikuti kegiatan-kegiatan pameran di luar negeri. Dalam promosi produk ke luar negeri perlu juga diperhatikan kesiapan UKM dalam penyediaan produk, kualitas dan disain produk yang akan dipasarkan.

4. Kebijakan Hukum Untuk Melindungi dan Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Unggulan Indonesia

Salah satu tujuan utama *ASEAN Economic Community* adalah tercapainya

Competitive Economic Region. Yang menjadi persoalannya adalah tidak semua negara anggota ASEAN memiliki kemampuan yang sama untuk berkompetisi atau bersaing secara bebas. Oleh karena itu, sewajarnya para pemimpin negara anggota ASEAN, termasuk Indonesia, membuat kebijakan perdagangan bebas²¹ yang mampu memberdayakan kelompok usaha dari negaranya, khususnya kelompok UKM.²²

Kebijakan pemerintah²³ untuk memberdayakan UKM dengan meningkatkan daya saing produk UKM merupakan "kebijakan hukum" karena biasanya dituangkan dalam produk hukum, seperti undang-undang, peraturan menteri, peraturan daerah, dan sebagainya. Terdapat korelasi yang erat antara hukum dengan kebijakan pemerintah, sebagaimana diungkapkan oleh Thomas R. Dye : "*Government lends legitimacy to policies. Governmental policies are generally re-*

garded as legal obligations which command the loyalty of citizens"²⁴

Ada beberapa Kesepakatan ASEAN yang menjadi dasar hukum untuk memberlakukan *ASEAN Economic Community* di Indonesia, yakni *ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors* terkait dengan pengembangan produk-produk prioritas ekspor termasuk produk-produk unggulan dan *Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In Goods* terkait dengan perdagangan barang. Kedua Kesepakatan di tataran ASEAN ini dijadikan dasar hukum untuk mengatur perdagangan barang (*trade in goods*) untuk produk-produk prioritas atau unggulan dari negara-negara anggota ASEAN dalam rangka *ASEAN Economic Community*.

Untuk memberlakukan *ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors*, Indonesia telah

²¹ *ASEAN Economic Community* dikembangkan berdasarkan konsep perdagangan bebas "*laissez faire*" yang menginginkan peran minimalis negara untuk terlibat langsung dalam mengatur pasar dan masyarakat dibiarkan sepenuhnya untuk mengatur pasar. Oleh karena itu, kebijakan perdagangan bebas yang dibuat Pemerintah Indonesia terkait dengan *ASEAN Economic Community* harus sangat hati-hati agar tidak melanggar ketentuan Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menjadi landasan hukum konstitusional untuk melaksanakan kegiatan ekonomi di Indonesia.

²² Karena terbukti bahwa 97% pelaku UKM mampu menyerap tenaga kerja yang dapat menekan angka kemiskinan di Indonesia. Periksa "UKM dan Koperasi Hadapi Tantangan Global", *Business News*, 2 Desember 2013.

²³ Pada dasarnya, kebijakan pemerintah ini merupakan kebijakan publik. Menurut Thomas R. Dye, seorang ahli ilmu politik Amerika Serikat, kebijakan publik (*public policy*) adalah apapun pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Pengertian kebijakan publik ini sangat luas, melingkupi segala keputusan, baik untuk melakukan atau untuk tetap tinggal diam, selama diambil oleh pemerintah atas reaksinya terhadap suatu keadaan tertentu. Dean G. Kilpatrick, seorang kontributor pada *National Violence Against Women Prevention Research Center* menyatakan bahwa kebijakan publik diartikan sebagai sistem hukum, peraturan-peraturan, tindakan-tindakan dan penempatan anggaran keuangan yang berkaitan dengan suatu topik yang diangkat oleh pemerintah atau wakil-wakil pemerintah. Apapun perumusan kebijakan publik, dapat ditegaskan bahwa suatu kebijakan publik adalah keputusan yang diambil pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu terhadap suatu permasalahan yang sedang dihadapinya. Periksa O.C. Kaligis, *Antologi Tulisan Ilmu Hukum*, Jilid 5, (Bandung : Alumni, 2010), hal. 108-109.

²⁴ Thomas R. Dye, "*Understanding Public Policy*" dalam Esmi Warassih, *Pronata Hukum Sebuah Telaah Sosiologis* (Semarang : Suryandaru Utama, 2005), hal. 38.

mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pengesahan *ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors* (Persetujuan Kerangka Kerja ASEAN untuk Sektor-Sektor Prioritas). Untuk memberlakukan *Protocol To Amend Certain Asean Economic Agreements Related To Trade In Goods* telah dikeluarkan Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Pengesahan *Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In Goods* (Protokol untuk Mengubah Perjanjian Ekonomi ASEAN Tertentu terkait dengan Perdagangan Barang). Selain itu, terkait dengan pengembangan UKM di kalangan negara anggota ASEAN telah dikeluarkan *ASEAN Policy Blueprint for SMEs Development 2004-2014*.

ASEAN Policy Blueprint for SMEs Development 2004-2014 telah disahkan pada Sidang AEM ke-36 di Jakarta, 3 September 2004. *Policy blueprint* ini bertujuan untuk menjamin adanya transformasi UKMASEAN yang memiliki daya saing, dinamis, inovatif dalam rangka menuju integrasi ekonomi ASEAN. Tujuan-tujuan tersebut telah dituangkan dalam aktivitas-aktivitas *ASEAN Small and Medium Enterprise Agencies Working Group*. Pada pertemuan ke-22 di Singapura, 27-28 Mei 2008, telah dibahas beberapa hal yang mencakup pembentukan *common curriculum for entrepreneur-*

ship in ASEAN oleh Indonesia dan Singapura, rencana penyusunan *ASEAN SME White Paper*, implementasi *SME Section* dalam *AEC Blueprint*. Hal ini dapat diwujudkan melalui suatu *cooperative framework* yang melibatkan secara aktif peran sektor swasta di ASEAN disamping meningkatkan budaya wirausaha, inovasi dan *networking* di kalangan UKM, memberikan fasilitas kepada UKM untuk memperoleh akses informasi, pasar, SDM, kredit dan keuangan serta teknologi modern. Berdasarkan cetak biru tersebut telah dipilih lima bidang kerjasama strategis dalam pengembangan UKMASEAN, yaitu pembangunan sumber daya manusia, dukungan dalam bidang pemasaran, bantuan bidang keuangan, pengembangan teknologi dan penerapan kebijakan yang kondusif. Dalam perkembangannya, kerjasama ASEAN di sektor UKM lebih difokuskan pada tindak lanjut proyek-proyek peningkatan kapasitas dan daya saing UKM di bawah payung *Vientiane Action Plan* dan *ASEAN Policy Blueprint for SMEs Development 2004-2014*.

Mengacu pada *ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors*, *Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In Goods* dan *ASEAN Policy Blueprint for SMEs Development 2004-2014*, maka untuk melindungi produk UKM unggulan yang diprioritaskan Indonesia dalam rangka *ASEAN Economic Commu-*

nya diperlukan dukungan kebijakan hukum persaingan usaha.²⁵ Selain itu, diperlukan juga kebijakan perlindungan Hak Kekayaan Intelektual untuk meningkatkan inovasi, perlindungan konsumen dan kebijakan pengembangan UKM melalui pemberdayaan UKM yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Sebagai negara terbesar di kawasan ASEAN, Indonesia berupaya membuat kebijakan untuk melindungi dan memberdayakan UKM dengan memberlakukan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sejak tanggal diundangkan 4 Juli 2008. Kebijakan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UKM Indonesia memasuki *ASEAN Economic Community* tahun 2015. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 diberlakukan untuk mengganti Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil. Untuk melaksanakan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, telah dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun

2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 mulai diberlakukan sejak tanggal 1 Maret 2013.

Kebijakan hukum untuk mengembangkan UKM melalui pemberdayaan UKM sesuai dengan amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 Tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, yang menyebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan.²⁶ Pemberdayaan UKM merupakan upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap UKM sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.²⁷ Iklim usaha²⁸ adalah kondisi yang diupayakan pemerintah dan pemerintah

²⁵ Tindakan persaingan tidak selalu berdampak buruk. Keberadaan pasar dengan persaingan yang sehat membawa dampak positif karena dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha. Rendahnya daya saing produk Indonesia di pasar luar negeri memerlukan kesadaran dari pelaku usaha Indonesia, khususnya UKM untuk meningkatkan daya saing produknya sehingga mampu bersaing di pasar global dan pasar dalam negeri. Selain itu, hal yang sangat penting adalah dukungan pemerintah melalui kebijakannya yang dituangkan dalam peraturan hukum, seperti diberlakukannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang harus mampu menegakkan prinsip-prinsip hukum persaingan usaha yang sehat sehingga dapat memastikan adanya persaingan sehat di suatu pasar yang dapat menguntungkan semua pihak. Penegakan keadilan di pasar bebas berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tetap memerlukan campur tangan pemerintah secara seimbang untuk melindungi pelaku Usaha Kecil khususnya, agar tidak tertindas oleh predator pasar bebas.

²⁶ Periksa Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Bagian Menimbang huruf b.

²⁷ *Ibid.*, Pasal 1 Angka 8.

²⁸ *Ibid.*, Pasal 1 Angka 9 dan Pasal 7 jo Pasal 1 Angka 5 Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

daerah untuk memberdayakan UKM secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan²⁹ di berbagai aspek kehidupan ekonomi, meliputi aspek pendanaan, sarana dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, perizinan usaha, kesempatan berusaha,³⁰ promosi dagang dan dukungan kelembagaan.

Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan bahwa UKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, UKM adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Meskipun UKM telah menunjukkan

peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan serta iklim usaha. Untuk meningkatkan kesempatan, kemampuan dan perlindungan UKM telah ditetapkan berbagai kebijakan tentang pencadangan usaha, pendanaan dan pengembangannya, namun belum optimal. Hal ini dikarenakan kebijakan tersebut belum dapat memberikan perlindungan, kepastian berusaha dan fasilitas yang memadai untuk pemberdayaan UKM.³¹

Berkaitan dengan pemberdayaan UKM, Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 telah mengatur prinsip pemberdayaan. Prinsip pemberdayaan UKM meliputi antara lain penumbuhan kemandirian, kebersamaan dan kewirausahaan untuk berkarya dengan prakarsa sendiri. Selain itu, prinsip pemberdayaan juga mencakup pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha serta peningkatan daya saing UKM.

²⁹ Sayangnya koordinasi antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah kurang sinergis sehingga menimbulkan tidak kondusifnya iklim usaha yang menghambat upaya pemberdayaan UKM. 80% regulasi aturan hukum terkait dengan pengembangan UKM dinilai belum selaras karena masih tumpang tindih dan tidak terkoordinasi dengan baik. Periksa "Kebijakan Pengembangan UMKM, Harmonisasi Regulasi Ditilai Mendesak", *Bisnis Indonesia*, 19 Maret 2014.

³⁰ Berdasarkan ketentuan Pasal 13 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, aspek kesempatan berusaha ditujukan untuk menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi pemberian lokasi di pasar, ruang pertokoan, lokasi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi pertambangan rakyat, lokasi yang wajar bagi pedagang kaki lima, serta lokasi lainnya. Selain itu, menetapkan alokasi waktu berusaha untuk Usaha Kecil di subsektor perdagangan ritel, mencadangkan bidang dan jenis kegiatan usaha serta melindungi usaha tertentu yang strategis untuk UKM. Kelemahan dari pengaturan ini adalah masalah koordinasi antar sektor dan daerah dengan pusat sehingga perlu dibenahi.

³¹ Periksa Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Berdasarkan prinsip pemberdayaan dalam rumusan Pasal 4 ini terlihat adanya keinginan pemerintah untuk memandirikan UKM melalui pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha serta peningkatan daya saing UKM. Kemandirian usaha merupakan salah satu prinsip keunggulan untuk memasuki pasar bebas. Kemandirian usaha akan menghasilkan kompetensi usaha untuk melahirkan dan meningkatkan daya saing yang kompetitif dalam perdagangan bebas.

Berdasarkan ketentuan Pasal 2 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013, pemberdayaan UKM dilakukan dengan pengembangan usaha, kemitraan, perizinan, koordinasi dan pengendalian. Pengembangan usaha meliputi fasilitasi pengembangan usaha dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia serta desain dan teknologi. Fasilitasi pengembangan usaha dilakukan oleh pemerintah dan pemerintah daerah. Pengembangan UKM dilaksanakan melalui pendekatan koperasi, sentra, klaster dan kelompok. Pengembangan usaha dimaksudkan untuk mewujudkan usaha kecil menjadi usaha

menengah dan usaha menengah menjadi usaha besar yang tangguh dan mandiri.³²

Pemberdayaan UKM dalam rangka *ASEAN Economic Community* bertujuan untuk meningkatkan daya saing kompetitif produk UKM Indonesia. Daya saing kompetitif merupakan faktor penting yang harus dimiliki suatu produk untuk masuk ke pasar bebas dalam rangka liberalisasi perdagangan. Secara filosofi, hakikat perdagangan liberal atau liberalisasi perdagangan adalah suatu perdagangan bebas (*free trade*), yaitu perdagangan tanpa ada hambatan (*barrier*), baik tarif maupun non tarif. Hal ini berarti bahwa setiap produk yang masuk ke pasar dalam rangka perdagangan bebas harus bebas dari proteksi³³ atau perlindungan negara, baik berupa tarif bea masuk maupun hambatan non tarif seperti aturan hukum yang menghambat akses perdagangan lintas negara. Berkaitan dengan hal ini, pemerintah Indonesia harus pandai memanfaatkan aturan-aturan hukum terkait dengan pengamanan perdagangan (*safeguards*) dan antidumping serta kebijakan subsidi yang dilakukan oleh negara untuk melindungi produk dalam negeri³⁴ sehingga kepentingan nasional terlindungi dan asas

³² Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013, Pasal 3, 4, 5 ayat (2) dan Penjelasan Pasal 3 ayat (1).

³³ Berdasarkan laporan Trade Policy Review Body WTO terungkap bahwa para anggota WTO terbukti meningkatkan penerapan kebijakan proteksi pada tahun 2013 dan terus meningkat hingga tahun 2014. Tercatat ada 407 pembuatan kebijakan restriktif baru di bidang perdagangan, antara lain terkait dengan *sanitary and phytosanitary (SPS)*, *technical barrier to trade (TBT)*, *antidumping* dan *safeguard*. Aksi proteksi oleh negara-negara anggota WTO ini berpotensi mengancam kinerja perdagangan (ekspor) Indonesia. Periksa "Restriksi Perdagangan-Aksi Proteksionisme Mengkhawatirkan", *Bisnis Indonesia*, 8 Maret 2014.

³⁴ Meskipun prinsip *National Treatment* sebagaimana diatur dalam Pasal III GATT melarang tindakan diskriminasi oleh anggota WTO terhadap produk lokal dengan impor, namun aturan GATT masih memperkenankan anggota WTO memberikan perlindungan melalui tarif untuk melindungi industri dalam negeri dalam jangka waktu tertentu dan penerapan ketentuan *safeguard* berdasarkan Pasal XIX GATT serta demi kepentingan nasional sesuai Pasal XX dan XXI GATT.

Pacta Sunt Servanda berdasarkan hukum internasional dapat ditegakkan.

C. PENUTUP

Sebagai penutup dapat disimpulkan bahwa salah satu tujuan utama *ASEAN Economic Community* adalah tercapainya *Competitive Economic Region*. Untuk mewujudkan hal ini, Indonesia sebagai negara anggota ASEAN telah membuat kebijakan hukum untuk meningkatkan daya saing produk UKM unggulannya sebagai kebijakan pemberdayaan UKM.

Mengacu pada beberapa Kesepakatan ASEAN dalam memberlakukan *ASEAN Economic Community* untuk produk unggulan atau prioritas, yakni *ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors* terkait dengan pengembangan produk-produk prioritas ekspor termasuk produk-produk unggulan dan *Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In Goods* terkait dengan perdagangan barang serta *ASEAN Policy Blueprint for SMEs Development 2004-2014* untuk mengembangkan UKM di kalangan ASEAN, maka Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pengesahan *ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors* (Persetujuan Kerangka Kerja ASEAN untuk Sektor-Sektor Prioritas). Untuk memberlakukan *Protocol To Amend*

Certain Asean Economic Agreements Related To Trade In Goods telah dikeluarkan Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Pengesahan *Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In Goods* (Protokol untuk Mengubah Perjanjian Ekonomi ASEAN Tertentu terkait dengan Perdagangan Barang). Berkaitan dengan UKM telah diberlakukan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Meskipun UKM telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pemberdayaan dan perlindungan hukumnya menghadapi *ASEAN Economic Community* sehingga direkomendasikan untuk membuat kebijakan persaingan usaha yang memprioritas pada pemberdayaan UKM dengan meningkatkan daya saing produknya agar tidak terlindas oleh predator pasar bebas dan Pemerintah Indonesia di bawah koordinasi Menteri Perekonomian membuat peraturan hukum yang mampu mensinergi lintas kementerian serta pusat dengan daerah sehingga mampu memberdayakan dan melindungi secara hukum UKM secara menyeluruh dan terkoordinasi dengan optimal.
(AMTA)

DAFTAR PUSTAKA

- Esmi Warassih. *Pranata Hukum Sebuah Telaah Sosiologis*. Semarang : Suryandaru Utama, 2005.
- F.X. Joko Priyono. *Hukum Perdagangan Jasa (GATS/WTO), Filosofi, Teori dan Implikasi bagi Profesi Hukum di Indonesia*. Semarang : Universitas Diponegoro Press, 2010.
- Hata. Aspek-Aspek Hukum dan Non Hukum Perdagangan Internasional dalam Sistem GATT & WTO. Bandung : Sekolah Tinggi Hukum Bandung Press, 1998.
- I. Wayan Dipta. "Memperkuat UKM Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN Tahun 2015", Jurnal Infokop, Volume 21, Oktober 2012.
- "Kebijakan Pengembangan UMKM, Harmonisasi Regulasi Dinilai Mendesak", Bisnis Indonesia, 19 Maret 2014.
- Long, Olivier. *Law and its Limitations in the GATT Multilateral Trade System*. Dordrecht : Martinus Nijhoff Publishers, 1987.
- Lodge, George C. *Managing Globalization in The Age of Interdependence*. San Diego : Pfeiffer & Company, 1995.
- Mapping Produk Kriya Koperasi dan UKM*. Jakarta : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2013.
- Naisbit, John. *Mega Trend 2000*. Great Britain : Sidwig & Jackson Ltd, 1990.
- O.C. Kaligis. *Antologi Tulisan Ilmu Hukum*. Jilid 5. Bandung : Alumni, 2010.
- Ohmae, Kenichi. *Borderless World*. Harper Business : Makinsey Company Inc, 1990.
- Outline Perspective Plan for the ASEAN Economic Community*. Prepared for the ASEAN Programme for Regional Integration Support (APRIS) Project. Commissioned by The ASEAN Secretariat. 31 May 2004.
- Porter, Michael. *The Competitive Advantage of Nation*. New York : The Free Press, 1990.
- "Restriksi Perdagangan-Aksi Proteksionisme Mengkhawatirkan", Bisnis Indonesia, 8 Maret 2014.
- Rosdiana Saleh, "Analisis Terhadap Pemberlakuan Kesepakatan Perdagangan Bebas ASEAN-China (*ASEAN-China Free Trade Agreement*) dan dampaknya Terhadap Perdagangan Komoditi Usaha Kecil dan Menengah Indonesia". Laporan Penelitian, Fakultas Hukum Universitas Trisakti, Jakarta, 2012.
- Rusli Pandika. *Sanksi Dagang Unilateral di Bawah Sistem Hukum WTO*. Bandung : Alumni, 2010.
- Tulus Tambunan. *UMKM Indonesia-Rangkuman Hasil Sejumlah Penelitian*. Jakarta : Penerbit Universitas Trisakti, 2014.
- "UKM dan Koperasi Hadapi Tantangan Global", *Business News*, 2 Desember 2013.
- Peraturan :**
- ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors.
- Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In Goods.
- Peraturan Presiden Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pengesahan ASEAN Framework Agreement for the Integration of Priority Sectors (Persetujuan Kerangka Kerja ASEAN untuk Sektor-Sektor Prioritas).
- Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Pengesahan Protocol To Amend Certain ASEAN Economic Agreements Related To Trade In

- | | |
|--|--|
| <p><i>Goods</i> (Protokol untuk Mengubah Perjanjian Ekonomi ASEAN Tertentu terkait dengan Perdagangan Barang).
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.</p> | <p>Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.</p> |
|--|--|